

**PENGARUH *STORE IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, *SERVICE QUALITY*, *PRIVATE LABEL IMAGES* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PRODUK NEVADA DI MATAHARI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**OLEH :**

**YEHUDA EVAN DEODATUS SUCIPTO**

**3103014149**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH *STORE IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, *SERVICE QUALITY*, *PRIVATE LABEL IMAGES* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK NEVADA DI MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH :**

**YEHUDA EVAN DEODATUS SUCIPTO**

**3103014149**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *STORE IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, *SERVICE QUALITY*, *PRIVATE LABEL IMAGES* DAN *PERCEIVED RISK*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK NEVADA  
DI MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Oleh :

YEHUDA EVAN DEODATUS SUCIPTO  
3103014149

Telah Disetujui dan Diterima dengan baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing ,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

NIK. 311.95.0228

Tanggal : 1 - Agustus - 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yehuda Evan Deodatus Sucipto NRP 3103014149 Telah diuji pada tanggal 25 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :

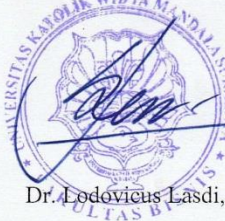


Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM., AK., CA., CPAI

NIK.321.99.0370



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc

NIK.311.11.0678

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yehuda Evan Deodatus Sucipto

NRP : 3103014149

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Images*, *Perceived Price*, *Service Quality*, *Private Label Images* dan *Perceived Risk* terhadap *Repurchase Intention* produk Nevada di Matahari Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) sebatas untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan,



Yehuda Evan Deodatus Sucipto

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Store Image*, *Perceived Price*, *Service Quality*, *Private Label Image* dan *Perceived Risk* terhadap *Repurchase Intention* produk Nevada di Matahari Tunjungan Plaza Surabaya”. skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,M.Sc selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Margaretha Ardhnari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Papa dan mama yang telah memberikan dukungan dari awal hingga akhir dari penulisan skripsi ini.

5. Kakak pertama saya Jesaya Christian yang selalu mendukung saya dan memberikan bantuan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan juga kakak kedua saya yaitu Timotius Erick yang juga memberikan dukungan kepada saya selama penyelesaian skripsi ini.
6. Devi Permata Sari, teman dekat saya yang juga berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir tetapi selalu bisa memberikan bantuan ketika saya membutuhkan, selalu mendoakan, menemani, mendukung, memberikan support kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 29 Juni 2018

Yehuda Evan Deodatus Sucipto

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .. ..	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan . .....	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu ....	11



2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 <i>Repurchase Intention</i> .....	12
2.2.2 <i>Perceived Risk</i> ... ..	14
2.2.3 <i>Private Label Image</i> .....	16
2.2.4 <i>Service Quality</i> .. ..	18
2.2.5 <i>Perceived Price</i> .. ..	20
2.2.6 <i>Store Image</i> .....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Private Label</i> <i>Image</i> .....	23
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Private Label</i> <i>Image</i> .....	23
2.3.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Private Label</i> <i>Image</i> .....	24
2.3.4 Pengaruh <i>Private Label Image</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> .....	25
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Repurchase</i> <i>Intention</i> .....	25
2.4 Model Penelitian .....	26
2.5 Hipotesis .....	27
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian .....	28
3.2 Identifikasi Variabel .....	28
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	29

3.3.1 <i>Store Image</i> .....	29
3.3.2 <i>Perceived Price</i> ..	29
3.3.3 <i>Service Quality</i> ..	30
3.3.4 <i>Private Label Image</i> .....	30
3.3.5 <i>Perceived Risk</i> ...	31
3.3.6 <i>Repurchase Intention</i> .....	31
3.4 Skala Pengukuran Variabel .....	31
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.6 Teknik Analisis Data ....	33
3.6.1 Uji Normalitas ...	34
3.6.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	35
3.6.3 Uji Hipotesis .....	36
3.6.4 Uji Validitas .....	37
3.6.5 Uji Reliabilitas ...	37

#### BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian .....	39
4.1.1 Karakteristik Responden .....	39
4.1.2 Statistik Deskriptif Variabel .....	45
4.2 Analisis Data .....	51
4.2.1 Uji Normalitas .....	51
4.2.2 Uji Validitas .....	53
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	55
4.2.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	60

4.2.5 Persamaan Struktural .....	61
4.2.6 Pengujian Hipotesis .....	62
4.3 Pembahasan .....	64
4.3.1 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Private Label</i> <i>Images</i> .....	64
4.3.2 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Private Label</i> <i>Image</i> .....	66
4.3.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Private Label</i> <i>Image</i> .....	67
4.3.4 Pengaruh <i>Private Label Image</i> terhadap <i>Perceived</i> <i>Risk</i> .....	68
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Repurchase</i> <i>Intention</i> .....	69

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
5.2.1 Saran Akademis ... ..	72
5.2.2 Saran Praktis .....	73

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini ..	11
Tabel 3.1 Indeks Kecocokan Model ..	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili ..	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ..	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli ....	45
Tabel 4.7 Kelompok Interval Penilaian ..	45
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Image</i> ..	46
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i> ..	47
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> ..	48
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Private Label</i> <i>Image</i> .....	48
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i> ..	49
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase</i>	

<i>Intention</i> .....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i> .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i> .....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas . .....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas <i>Store Image</i> .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Price</i> .....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i> .....	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas <i>Private Label Image</i> .....	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Risk</i> .....	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i> .....	59
Tabel 4.23 Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model .....	61
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian ..	26

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner penelitian

Lampiran 2. Jawaban responden

Lampiran 3. Karakteristik responden

Lampiran 4. Pengolahan Data *Mean* dan Standar Deviasi

Lampiran 5. Output Lisrel

Lampiran 6. Path Diagram

**PENGARUH *STORE IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, *SERVICE QUALITY*, *PRIVATE LABEL IMAGE* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK NEVADA DI MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

## ABSTRAK

Persaingan bisnis ritel di Indonesia saat ini semakin ketat, dapat dilihat dari menjamurnya usaha ritel modern yang bergerak di pusat-pusat perbelanjaan. Hal ini menunjukkan bahwa ritel modern telah menjadi pilihan utama. Hal ini didukung pula dengan status negara Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang besar dan memiliki tingkat konsumsi akan barang-barang ritel tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh *Store Images*, *Perceived Price*, *Service Quality*, *Private Label Images* dan *Perceived Risk* terhadap *Repurchase Intention* produk Nevada di Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. Dalam penelitian, variabel-variabel dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis SEM LISREL 8.80. Obyek dalam penelitian ini adalah produk Nevada di Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 orang dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store images*, *perceived price* dan *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap *private label images*. Sedangkan *private label images* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived risk*. Dan *perceived risk* memiliki pengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

**Kata Kunci :** *Store Image, Perceived Price, Service Quality, Private Label Images, Perceived Risk, Repurchase Intention*

***THE EFFECT OF STORE IMAGE, PERCEIVED PRICE,  
SERVICE QUALITY, PRIVATE LABEL IMAGE AND  
PERCEIVED RISK ON NEVADA PRODUCT REPURCHASE  
INTENTION IN MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA***



## **ABSTRACT**

*Competition of retail business in Indonesia today is increasingly tight, can be seen from the proliferation of modern retail business moving in shopping centers. This shows that modern retail has become the main choice. This is also supported by the status of the Indonesian state which has a large population and has a high consumption level of retail goods. Therefore, this study aims to know about the influence of Store Images, Perceived Price, Service Quality, Private Label Images and Perceived Risk against Repurchase Intention Nevada products in Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. In the study, the variables in this study were analyzed using SEM LISREL 8.80 analysis. The object in this study is Nevada products at Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. The number of samples used in this study was 150 people and the data collection techniques used in this study were purposive sampling. The results showed that store images, perceived price and service quality had a positive influence on private label images. While private label images have a positive effect on perceived risk. And perceived risk has a positive influence on repurchase intention.*

**Keywords:** *Store Image, Perceived Price, Service Quality, Private Label Images, Perceived Risk, Repurchase Intention*